

Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television

Submitted: 25 April 2018, **Accepted:** 20 November 2018

Profetik Jurnal Komunikasi, hal.58-73

ISSN: 1979-2522 (print), ISSN:2549-0168 (online)

DOI: <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>

ANALISIS PRODUKSI PROGRAM BERITA INDONESIA MORNING SHOW DI NEWS AND ENTERTAINMENT TELEVISION

¹Kemal Aqwam Maulana, ²Fatmawati Fatmawati

Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

¹kemalaqwam6@gmail.com, ²fatmawati@uinjkt.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan produksi, proses produksi dan analisis produksi program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma positivistis. Data diperoleh melalui proses observasi dengan melakukan proses magang, wawancara baik terstruktur maupun tidak terstruktur dan studi dokumentasi. Dengan menggunakan Teori Hirarki Pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, maka penulis akan meneliti apakah ada tekanan dari level rutinitas media terhadap program berita *Indonesia Morning Show* yang ditinjau dari tiga unsur, yakni : Audiens (*Consumers*), Organisasi Media (*Processor*), dan Sumber Berita (*Suppliers*). Setelah melakukan penelitian *Indonesia Morning Show* dalam memproduksi programnya melalui tiga tahap, yakni : Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi. Dilihat dari teori hirarki pengaruh level media rutin dalam proses produksi program berita *Indonesia Morning Show* di pengaruhi 3 unsur, yaitu : Audiens, Organisasi Media dan Sumber Berita. Dan pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5w+1H tim redaksi *Indonesia Morning Show* merubahhnya menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah untuk diterima oleh audiens di pagi hari.

Kata Kunci: Analisis Produksi, Teori Hirarki Pengaruh, Audiens, Organisasi Media, Sumber Berita.

Abstract. This study aims to find out how the implementation of production, production process and production analysis of Indonesia Morning Show news program on NET.TV. The methodology in this research uses descriptive qualitative approach using positivist paradigm. Data obtained through the process of observation by apprenticeship process, structured and unstructured interviews and documentation studies. Using the Influence Hierarchy Theory introduced by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, the authors will examine whether there is any pressure from the level of media routines on the Indonesia Morning Show news program in terms of three elements: Audiences (*Consumers*), Media Organizations (*Processor*), and Source news (*Suppliers*). After conducting research, Indonesia Morning Show in producing the program through three stages, namely: Pre-production, Production and Post-production. Judging from hierarchical theory, the influence of routine media level in the production process of Indonesian Morning Show news program influenced 3 elements, namely: Audience, Media Organization and News Sources. And the news packaging that usually uses the 5w + 1H format of the Indonesia Morning Show editorial team transforms it into S-P-O-K format to get an easy news impression to be received by an audience in the morning.

Keywords: Production Analysis, Hierarchy Theory of Influence, Audience, Media Organization, Source of News.

PENDAHULUAN

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan

penyebaran informasi secara masal atau menyelur (Bungin 2008). Media massa dianggap sebagai penyampai informasi, dan memiliki inti dan fungsi media sebagai penyampai berita (*News*) (Muhtadi, Asep S dan Handjani 2003).



Media massa pada saat ini menyajikan informasi dengan melalui media cetak maupun elektronik, akan tetapi masyarakat Indonesia lebih mudah menerima informasi yang di sampaikan media elektronik yaitu televisi. Televisi mempunyai banyak keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya. Pertama pesan yang di sampaikan televisi di sajikan secara audio visual, yang berbeda dengan radio hanya menyampaikan dengan audio (melalui pendengaran) dan surat kabar yang bersifat visual saja (melalui penglihatan). Televisi unggul dalam membangun daya tarik, persepsi perhatian dan imajinasi dalam mengkonstruksi realitas. Kedua dilihat dari sisi aktualitas peristiwa, televisi bisa lebih cepat memberikan informasi kepada pemirsa dari pada surat kabar, radio, dan majalah. Ketiga dari segi khalayak televisi menjangkau ratusan ribu pemirsa. Keempat efek cultural televisi lebih besar dari efek yang dihasi lkan dari jenis-jenis media lainnya (Raharjo 2015).

Media televisi nampaknya dituntut untuk membuat program-program acara yang unik dan berbeda dengan acara-acara lainnya. Selain melalui program-program nya yang unik, pembentukan image ini bisa juga dilakukan dengan bagaimana hubungan media dengan khalayak. Tilik saja penelitian Sumantri (Uchajana Efendy 1993) yang membedakan bagaimana pendekatan stasiun televisi negeri (TVRI) yang cenderung desentralisasi jika dibandingkan dengan stasiun televisi swasta (JOGJATV).

Program berita menjadi identitas khusus atau lokal yang di miliki stasiun TV, dengan demikian stasiun TV tanpa program berita akan menjadi stasiun TV tanpa identitas. Program

berita juga menjadi bentuk kewajiban dan tanggung jawab pengelola TV kepada masyarakat yang menggunakan gelombang udara public (Morissan 2008). Untuk dapat bertahan dalam persaingan penyiaran stasiun TV harus lah berkompeten dalam merebut audiens dengan menyajikan berita yang di kemas secara menarik dan berbeda dengan televisi lainnya. Sehingga bias mencirikan bahwasannya berita yang ada dalam stasiun TV itu memiliki hal yang berbeda dan dapat menarik audiens dari TV lainnya.

Salah satu stasiun TV yang memiliki program yang beragam dan berbeda yaitu NET.TV terlebih dalam program beritanya, yang penyajian dibuat dengan lugas dan santai tapi tidak menghilangkan isi dari berita itu sendiri. NET.TV merupakan salah satu stasiun televisi nasional yang ada di Indonesia. NET.TV resmi mengudara dengan menggantikan siaran terrestrial Spacetoon yang sebagian sahamnya telah di beli oleh Indika Group, tercatat NET.TV resmi mengudara sejak 26 Mei 2013 setelah menonaktifkan siaran sebelumnya pada tanggal 17 Mei 2013. Berbeda dengan tayangan sebelumnya yang di siarkan oleh *Spacetoon* lebih menyiarkan acara untuk anak-anak, program-program net lebih di tunjukan kepada keluarga dan pemirsa muda.

Salah satu program andalan NET TV dalam berbasis berita ialah *Indonesia Morning Show* yang tayang pada pagi hari pukul 06.05 sampai 07.25 WIB. *Indonesia Morning Show* (IMS) adalah program gelar wicara dan berita yang di tayangkan oleh NET.TV yang menampilkan berbagai paket informasi terkini seperti : *Hard News*, *Soft News*, *Entertainment*

News dan TalkShow yang dikemas secara santai dan berbeda dengan paket berita pagi lainnya. Program berita ini berusaha menyajikan informasi yang memberikan berita-berita yang aktual dan faktual. Sehingga informasi yang disiarkan banyak diminati masyarakat, karena mampu menyajikan dengan cepat sehingga informasi yang dibutuhkan masyarakat terpenuhi bahkan masyarakat kalangan bawah pun bisa merasakannya.

Dalam merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser professional akan di hadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, yaitu materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksanaan produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi (J Shoemaker 1996). Dari pemaparan diatas menarik nampaknya pengkajian mengenai bagaimana pelaksanaan produksi, proses produksi dan analisis produksi program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV dilakukan.

TEORI HIRARKI PENGARUH

Teori Hirarki Pengaruh diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori ini menjelaskan tentang pengaruh terhadap isi dari suatu pemberitaan media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), pengaruh dari organisasi media

(*organizational level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan yang terakhir adalah pengaruh ideologi (*ideology level*) (D. Reese 1991).

Asumsi dari teori ini adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Stephen D. Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda yang disampaikan media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media (Nusa 2010). Dengan kata lain, isi atau konten media merupakan kombinasi dari program internal (keputusan manajerial dan editorial), serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber nonmedia (individu-individu berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, pemasang iklan dan sebagainya). Seperti halnya penelitian sebelumnya dari (Robin 2014) jelas memperlihatkan antara manajemen dan pemasang iklan saling memberikan pengaruh dalam produksi (program fashion “Ilook”), juga penelitian (Dimas and Darmawan 2012) mengenai betul-betul diperhatikannya audien dalam penentuan isi program, seperti halnya dalam produksi harus ditangani serius dalam produksinya (Massie 2013).

Berkaitan dengan hal ini, penelitian mengenai perbedaan halaman muka majalah Tempo sebelum dan sesudah reformasi nampaknya bisa dijadikan rujukan tersendiri. Hirarki pengaruh dalam kajian halaman muka majalah tempo tersebut berasa dari luar organisasi media yakni pemerintah yang berkuasa pada masanya (J Shoemaker 1996).

Dari teori ini kita akan melihat seberapa kuat pengaruh yang terjadi pada tiap-tiap level. Tetapi untuk memfokuskan penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan dalam level rutinitas media untuk mengetahui kebiasaan media dalam pengemasan sebuah paket berita. Pada level ini mempelajari tentang efek pada pemberitaan dilihat dari sisi rutinitas media, rutinitas media adalah kebiasaan sebuah media dalam pengemasan sehingga menjadi sebuah berita. Media rutin terbentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan yaitu : Audiens (*Consumers*), organisasi media (*Processor*), dan sumber berita (*Suppliers*) (Wibowo 2007). Ketiga unsur ini saling berhubungan, berkaitan dan pada akhirnya membentuk rutinitas media dalam pengemasan berita pada sebuah media.

SEKILAS MENGENAI PROSES PRODUKSI

Proses produksi program dalam televisi merupakan proses pembuatan acara untuk ditayangkan di televisi, Proses produksi ini merupakan perjalanan panjang yang melewati berbagai tahapan, melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai keahlian, dan berbagai peralatan serta dukungan biaya. Dalam merencanakan sebuah program televisi, seorang produser lah yang bertanggung jawab untuk membentuk dan membuat sebuah program menjadi baik. Dalam hal ini seorang produser profesional dalam merencanakan sebuah produksi program televisi akan dihadapkan pada 5 hal sekaligus yang perlu pemikiran mendalam, yaitu :

1. Materi Produksi

Materi produksi adalah segala sesuatu barang atau material yang akan di produksi menjadi sebuah tayangan, berupa apa saja, kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu yang layak siar dan layak jual.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana penunjang terwujudnya ide menjadi kongkret, yaitu hasil produksi. Ada tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit peralatan perekam gambar, unit peralatan perekam suara dan unit peralatan pencahayaan. Kualitas standar dari ketiga unit peralatan akan menjadi pertimbangan utama seorang produser dalam perencanaan produksinya.

3. Biaya Produksi

Merencanakan biaya produksi membutuhkan pemikiran yang cukup rumit. Produser akan memikirkan sejauh mana memperoleh dukungan finansial dari stasiun televisi yang bersangkutan. Karena itu, perencanaan biaya produksi dapat didasarkan dua kemungkinan, yaitu *financial oriented* dan *quality oriented* (Wibowo 2007).

a. Financial Oriented

Perencanaan produksi yang didasarkan pada kemungkinan keuangan yang ada (terbatas). Karena itu, kebutuhan produksi juga harus pula dibatasi,

b. Quality Oriented

Perencanaan biaya produksi pada hasil yang maksimal. Dalam hal ini tidak ada masalah keuangan. Biasaya produksi yang seperti ini adala produksi prestige.

Produksi yang diharapkan mendatangkan keuntungan besar, baik dari segi nama maupun finansial.

4. Organisasi Pelaksana Produksi

Organisasi pelaksana produksi meliputi semua kru yang bertugas dan juga semua pihak yang berkaitan dengan proses produksi tersebut. Seorang produser harus menyusun rapi organisasi pelaksana produksi agar tidak menghambat jalannya proses produksi. Pada divisi pemberitaan atau news, secara umum organisasi pelaksanaan produksi terdiri dari Direktur Pemberitaan, Produser, Production Asisstant, Kordinator Liputan, Kameramen, Editor, Program Director, dan Penyiar Berita.

5. Tahapan Pelaksanaan Produksi

Tahapan produksi program dalam televisi yang lazim disebut Standard Operation Procedure (SOP) atau tiga tahapan prosedur kerja untuk memproduksi sebuah program siaran televisi, yaitu:

a. *Pre Production Planning* (Pra-Produksi)

Tahapan ini biasa disebut sebagai tahap perencanaan. *Pre production planning* ini di antaranya; Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan. Kunci keberhasilan produksi program televisi sangat ditentukan oleh baiknya tahap penemuan ide, perencanaan dan persiapan ini.

b. *Production* (Pelaksanaan Produksi)

Sesudah Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan, pelaksanaan produksi siap dimulai.

Dalam tahapan produksi ini, seorang sutradara/Program Director bekerja sama dengan seluruh kru terkait program untuk mewujudkan apa yang sudah direncanakan dan di persiapkan sehingga siap untuk di tayangkan.

Pada divisi pemberitaan atau news, produksi juga mengenai bagaimana pengemasan berita, dalam hal ini produser serta asisstant nya lah yang bertanggung jawab untuk pengemasan sebuah paket berita. Dari tahap pengeditan naskah dari reporter hingga tahap editing & mixing sehingga siap ditayangkan dalam program berita itu sendiri.

c. *Post Production* (Pasca Produksi)

Pasca produksi merupakan tahap selanjutnya setelah gagasan ditemukan, direncanakan dan disiapkan secara matang, serta diproduksi atau diliput dan ditulis dalam bentuk naskah yang juga di dubbing. Tahapan ini meliputi proses penyuntingan atau editing gambar serta penayangan secara live di studio.

Tahap pasca produksi/post-production merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan (*editing*) dari sebuah proses produksi. Tahap ini dilakukan jika produksi program yang dilakukan rekaman/taping. Pada produksi siaran langsung/live, tidak dilakukan post production. Hanya saja program yang disiarkan secara langsung. Tahapan

penyelesaian dari *post production* ini meliputi:

- 1) *Editing* suara dan gambar
- 2) Pengisian grafik pemangku gelar atau berupa insert visualisasi lainnya, Pengisian narasi & Pengisian sound effect dan ilustrasi.
- 3) Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Di dalam *pre-view/evaluasi* ini dapat saja produksi tadi dinyatakan layak siar, tapi dapat pula masih harus dilakukan perbaikan misalnya; masalah ilustrasi, sound effect, editing gambar, dan lain sebagainya (Bungin 2008).

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini dijelaskan. bagaimana produksi program berita Indonesia Morning Show dilaksanakan. Mulai dari tahapan perencanaan hingga evaluasi. Subjek dalam penelitian ini adalah program *Indonesia Morning Show* di NET TV. Sedangkan objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah rangkaian proses pelaksanaan produksi program *Indonesia Morning Show* di NET TV. Dengan mendeskripsikan data yang telah di peroleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan untuk melaporkan data dengan memberikan gambaran mengenai proses produksi program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV. Data yang diperoleh dari observasi secara langsung, wawancara dengan

tim produksi *Indonesia Morning Show*, dan studi dokumentasi. Data yang di peroleh dari observasi, wawancara dan studi dokumentasi akan di deskripsikan secara kualitatif dengan data-data dan dokumen pendukung lainnya.

Penelitian ini menganalisis proses pelaksanaan produksi program berita *Indonesia Morning Show* melalui tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Kemudian dengan mengacu kepada Teori Hirarki Pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reede, penelitian ini melihat hirarki pengaruh level media rutin dalam proses produksi program berita *Indonesia Morning Show* di pengaruhi 3 unsur, yaitu : Audiens, Organisasi Media dan Sumber Berita. Kemudian dilihat juga pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5w+1H tim redaksi *Indonesia Morning Show* merubahnya menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah untuk diterima oleh audiens di pagi hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET.TV

Demi kelancaran proses produksi sebuah program televisi, termasuk program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV pasti memerlukan beberapa hal yang dianggap penting. Hal-hal tersebut harus dengan matang dipikirkan oleh seorang produser atau bagian yang bertanggung jawab terhadap program yang dipegangnya, hal yang perlu dipikirkan guna berjalan dengan baik suatu program adalah Materi Produksi, Sarana Produksi,

Biaya Produksi, Organisasi Pelaksana Produksi, dan terakhir adalah tahapan Pelaksanaan Produksi.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Vinsensia Yunita selaku Senior Produser Indonesia Morning Show, dapat disimpulkan bahwa senior produser bertugas untuk mengelola program mulai dari pra-produksi seperti menyiapkan bahan materi yang akan tayang hari ini, lalu melakukan produksi seperti materi yang sudah disiapkan siap untuk *on-air* hingga pasca produksi, hingga proses evaluasi dari tayangan program tersebut. Selain itu senior produser bertanggung jawab sepenuhnya terhadap *rating*, *share* dan isi konten program yang di pegannya, karena isi konten yang informatif akan menghasilkan *rating* dan *share* yang baik.

Senior produser selaku orang yang bertanggung jawab dalam program *Indonesia Morning Show* di NET.TV juga memperhatikan hal-hal tersebut, untuk menghasilkan siaran yang baik dan diminati oleh khalayak untuk memberikan kedekatan di masyarakat, hal penting tersebut yaitu :

1. Materi Produksi

Materi program berita Indonesia Morning Show adalah berbagai informasi yang melingkupi semua segmen berita seperti Hard News, Soft News, Talk Show dan ada penambahan dalam isi program yang berbeda dengan program berita lainnya yakni segmen Entertainment dan informasi mengenai Ekonomi dan Bisnis. Aspek yang membedakan dengan program berita lainnya adalah format program berita Indonesia Morning Show bukan hanya

penyajian News (Hardnews & Softnews) tetapi juga terdapat Talkshow didalamnya.

Materi paket berita *hard news* didapatkan dari kordinator liputan yang menyerahkan daftar berita harian, daftar berita tersebut di dapatkan dari laporan tim liputan yang dibawah korlip dengan memberikan gambar atau *stock shoot* yang ditugaskan kepada VJ sedangkan reporter menuliskan peristiwa yang ada dalam bentuk naskah. Sedangkan materi soft news yang bersifat *future*, biasanya didapatkan dari tim liputan khusus *Indonesia Morning Show* yang di bawahi oleh Produser, tugas tim liputan ini mencari berita yang sesuai dengan kemauan produser untuk mengisi bahan berita modul dan liputan yang ada di *Indonesia Morning Show*.

Dalam *Indonesia morning show* terdapat beberapa materi yang harus di dapatkan, seperti materi pemberitaan modul, *talkshow curent*, talkshow interaktif, ekonomi bisnis, dan *entertaint*. Untuk materi berita pada *Indonesia Morning Show* berasal dari korlip yang menyerahkan daftar berita diserahkan kepada produser untuk dimasukan kedalam paket spot berita *Indonesia Morning Show*. Selain itu, materi biasanya di dapat dengan cara riset. Riset yang dilakukan oleh reporter juga bisa diambil sebagai bahan materi produksi berita.

Dalam materi *entertaint* dan *talkshow*, biasanya ini sudah diagendakan dalam rapat bugeting mingguan untuk menghadirkan siapa dan apa yang akan di bahas. Dalam program *Indonesia Morning Show* terdapat 2 *talkshow*, yaitu *Talkshow*

Current yang membahas berita yang aktual dengan menghadirkan narasumber yang terkait dengan isue tersebut dan *Talkshow Interaktif* yaitu *talkshow* ringan yang menghadirkan narasumber yang terkait dengan isue ringan dan biasanya mengandung *entertainment*. Begitu juga dalam materi *entertainment* materi di dapat dari hasil bugeting mingguan dan biasanya dibahas sepaket dengan *talkshow interaktif*. Dalam materi Ekonomi dan Bisnis, materi di dapat dari penyusunan yang dilakukan tim liputan khusus IMS untuk mencari isu yang hangat mengenai EKBIS dan biasanya melakukan riset dari instansi pemerintah yang terkait masalah ekonomi dan bisnis.

2. Sarana Produksi

Program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV. dalam peliputan atau pun saat produksi dan siap siar, *Indonesia Morning Show* membutuhkan berbagai sarana sebagai pendukung terwujudnya kelancaran dalam proses produksi. Sarana pendukung dalam proses produksi berita *Indonesia Morning Show* sebagai penunjang produksi antara lain, studio siaran, kamera dan perangkatnya seperti baterai, tripod, lampu pencahayaan, dan mic. Selain itu juga secara otomatis membutuhkan apa yang disebut *Master Control Room*, yang nantinya sangat dibutuhkan ketika siaran berita ditayangkan atau *on-air*. Sarana lainnya meliputi komputer, layanan internet, telepon, dan studio siaran. Berbagai sarana tersebut sangat diperlukan guna mendukung kelancaran proses produksi

berita pada program *Indonesia Morning Show*.

3. Biaya Produksi

Setelah materi dan sarana, selanjutnya hal yang diperlukan dalam pelaksanaan produksi berita pada program *Indonesia Morning Show* adalah biaya produksi. Biaya produksi dalam proses produksi berita di *Indonesia Morning Show* tidak selalu sama, pengeluaran biaya bergantung atas materi, narasumber, dan bintang tamu dalam pelaksanaan produksinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Vinsensia Yunita dapat disimpulkan bahwa biaya diperoleh dari divisi BMA (*Budgeting, Management & Accounting*) yang bertanggung jawab terhadap biaya pengeluaran dalam proses produksi dalam program acara di NET.TV. Begitu juga dengan proses produksi berita pada *Indonesia Morning Show*, biaya yang didapatkan dari divisi BMA (*Budgeting, Management & Accounting*). Meskipun seperti itu, divisi *news* yang bertugas mencari berita untuk program-programnya, termasuk *Indonesia Morning Show*, divisi BMA lah yang bertugas menyediakan biaya produksi saling melakukan kerja sama agar program tetap bias berjalan dengan lancar dan biaya pun bisa dipenuhi secara baik.

4. Organisasi Pelaksana Produksi

Dalam program berita *Indonesia Morning Show* ini, redaksinya termasuk ke dalam divisi *news* NET.TV. Secara umum, organisasi pelaksana produksi yang saling bekerja sama terdiri dari Direktur Pemberitaan, Eksekutif Produser, Senior

Produser, Junior Produser, Productions Assistance, Koordinator Liputan, Reporter, Kameramen, Editor, Pengarah Program, Floor Director, Audio dan Penyiar Berita atau presenter.

5. Tahapan Pelaksana Produksi

Seperti program lainnya, setelah melakukan proses perencanaan selanjutnya adalah tahap produksi yang melewati beberapa tahap. produksi menurut Fred Wibowo dalam bukunya Teknik Produksi Program Televisi, meliputi proses yang terdiri dari pra produksi, produksi, serta pasca produksi.

a. Pra-Produksi

Menurut hasil penelitian dan wawancara pribadi peneliti selama mengikuti proses magang sebagai staf produksi program Indonesia Morning show di NET.TV, rapat redaksi dilakukan setiap hari sabtu pukul 12.00 WIB berlangsung secara internal anatra Senior Produser, Junior Produser, dan Staf Produksi. Dalam tahapan pertama ini memiliki tiga bagian, sebagai berikut:

1) Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang senior produser memiliki atau menemukan ide dan gagasan dalam menentukan tema maupun isi/konten materi berita yang akan diliput dan di tayangkan. Kemudian ide itu dirundingkan oleh para staf produksi, yang kemudian setelah di rasa ide yang di diskusikan sudah memenuhi kriteria materi *Indonesia Morning Show* maka dituliskan

dalam *whiteboard* untuk diproyeksikan dalam program *Indonesia Morning Show*.

2) Perencanaan

Setelah ide-ide yang dibicarakan dalam rapat bugeting, maka tahap selanjutnya adalah perencanaan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Vinsensia Yunita diketahui bahwa Dalam *Indonesia Morning Show* semua paket berita didapatkan dari kordinator liputan yang menyerahkan daftar hasil liputan dari lapangan untuk dipilih oleh senior produser. Akan tetapi, berbeda dengan program lainnya, *Indonesia morning Show* dalam penayangan beritanya tidak menentukan secara matang akan membahas apa, melainkan pemilihan *stock* berita yang ada pada korlip.

Karena pada dasarnya paket *spot* berita yang ada di *Indonesia Morning Show* adalah pengulangan dari paket berita program sebelumnya, dengan kata lain *Indonesia Morning Show* menampilkan paket berita ulangan, akan tetapi diambil sisi yang berbeda dari *angel* dan sudut pandang narasumber. Dan yang membedakan lainnya adalah naskah yang diedit produser menggunakan bahasa yang santai yang disesuaikan dengan keadaan audiens di pagi hari dengan tidak

menggukan bahas jurnalis yakni 5W 1H tetapi menggunakan narasi S-P-O-K.

3) Persiapan

Setelah tahap perencanaan selesai sesuai prosedurnya, maka tahap selanjutnya adalah melakukan persiapan. Persiapan dibagi menjadi 2, yaitu persian materi berita dan persiapan prosesing untuk live. Yang pertama persiapan materi berita, segala sesuatunnya di kordinir oleh koordinator liputan divisi news, dalam hal ini koordinator membawahi tim luputan yang terdapat VJ (*Video Journalism*) yang bertugas mengambil gambar dan reporter yang bertugas menuliskan naskah sesuai fakta yang terjadi di lapangan. Setelah tim liputan mendapatkan apa yang di tugaskan, kemudian VJ menginput gambar ke *library* dan reporter menuliskan naskah yang didapat dari lapangan kemudian di serahkan kepada korlip untuk diedit dan diserahkan ke produser.

Yang kedua adalah persiapan *processing*, persiapan prosesing biasanya dikerjakan oleh PA (*production assistences*) yang memiliki tugas tersendiri yang di tunjuk oleh Senior Produser. Dalam *Indonesia Morning Show* terdapat beberapa PA yang membantu produser dalam menjalankan porgram *Indonesia Morning Show*,

yaitu PA-Talkshow, PA-Modul, PA-Editing, PA-Accounting dan PA-Lead.

b. Produksi (Pelaksanaan)

Produksi program Indonesia Morning Show meliputi peroses berikut:

1) Peliputan, Penulisan Naskah dan Dubbing Berita

Setelah semua gagasan selesai direncanakan dan disiapkan dengan baik, maka pelaksanaan produksi dimulai. Paket berita yang ada pada program *Indonesia Morning Show* memiliki dua bentuk, *Hardnews* dan *Soft News*, maka langkah produksinya pun berbeda.

Pada sajian *hardnews*, materi liputan berita sudah terdaftar di draft list meja redaksi divisi news NET.TV. setelah tim liputan mendapatkan materi yang diminta oleh koordinator liputan, kemudian korlip melaporkannya kepada produser untuk memilih materi berita mana yang akan di mainkan dalam program *Indonesia Morning Show* untuk mengisi paket *spot*.

Setelah tim liputan mendpatkan berita yang di tugaskan, VJ akan meng-*ingest* gambar yang di dapat ke *library* dan reporter menulis naskah berita sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, kemudian di serahkan kepada koordinator liputan. Setelah berita yang di liput dan di pilih oleh senior produser untuk ditayangkan, naskah akan di edit kembali dengan sistematis

dengan menyesuaikan audiens di pagi hari.

Penulisan dan pengeditan naskah dilakukan oleh senior produser dibantu oleh junior produser dengan mengedit naskah, merubah dan menambahkan narasi yang kurang dengan berpacuan terhadap S-P-O-K. Selanjutnya *Dubbing* bisa dilakukan oleh siapapun yang memiliki suara baik dan mampu melakukan dubbing suara. Naskah dibacakan oleh seorang *dubber* yang kemudian akan direkam untuk selanjutnya digabungkan bersama gambar-gambar di ruang editor.

Sedangkan pada sajian *softnews* produser sudah menentukannya untuk meliput materi berita apa dalam rapat bugeting mingguan, kemudian menunjuk tim liputan khusus *Indonesia Morning Show* untuk mendapatkan materi yang sudah di tentukan dalam rapat buggeting yang dilakukan oleh produser dan staf produksi *Indonesia Morning Show*.

2) Modul *Indonesia Morning News*

Pada program berita *Indonesia Morning Show* terdapat modul modul yang membedakan Modul yang dimaksud disini adalah paket berita lengkap yang membahas secara dalam dengan melakukan peliputan secara khusus dan modul ini biasanya bersifat future. Modul-modul memiliki nama dan jadwal

penayangan yang berbeda setiap harinya, modul yang ada dalam *Indonesia Morning Show*, yaitu : Potret Indonesia, *Today's History*, *In Dept Report*, *Parenting*, *One Day In*, Ekonomi & Bisnis, *Icon Mas Febry*, *Spirit of sunrise*, dan *Showbiz*.

c. Pasca Produksi (Penyuntingan dan Penayangan)

Pasca produksi merupakan tahap selanjutnya setelah gagasan ditemukan, direncanakan dan disiapkan secara matang, serta di produksi dengan melakukan liputan, penulisan naskah dan dubbing. Tahapan ini meliputi proses penyuntingan atau editing gambar serta penayangan secara live di studio.

1) Penyuntingan atau Editing

Setelah materi berita diliput, naskah rapi telah di *dubbing*, dan gambar liputan telah dipastikan tidak ada masalah, maka selanjutnya adalah proses penyuntingan atau editing. Dalam program *Indonesia Morning Show* editing dilakukan oleh PA-Editing dengan mengarahkan editor atas petunjuk produser.

Dalam penulisan naskah berita dalam *Indonesia Morning Show* sepenuhnya adalah kuasa dari produser, karena naskah sangat begitu di pentingkan dalam program ini. Salah satu kekuatan dari program ini adalah naskah berita yang berbeda dengan

menggunakan S-P-O-K bukan menggunakan rumusan 5W+1H sehingga terkesan mudah di terima oleh audiens.

Tahap pertama editing adalah pengumpulan gambar kasar yang didapat dari VJ hasil liputan di lapangan dengan melakukan *rafcut* yang dilakukan oleh PA-Editing. Kemudian PA-Editing meng-*ingest* materi gambar ke *library*, proses selanjutnya adalah menggabungkan gambar dengan *background*, suara *dubber*, sound efek, dan grafis jika diperlukan. Setelah semua dirasa memuaskan, maka selanjutnya adalah proses *mixing*. *Mixing* adalah proses dimana terdapat penggabungan semua berita paket dan menyeelaraskan semua gambar, suara asli, suara narasi atau dubbing, musik, *sound effect*, dan lainnya agar sama dari sisi tampilan dan volume suara. Setelah produser menyetujui hasil editing tersebut, maka hasil editing akan di-*post* ke dalam *server* yang kemudian hasilnya bisa di baca di komputer master dan hasilnya akan masuk ke *master control room* untuk kemudian siap ditayangkan.

2) Penayangan/Live

Dalam proses *live*, staf produksi *Indonesia Morning Show* bekerja sama dengan bagian *production* dan *facilities* divisi *news*. Dalam proses penayangan *live* secara keseluruhan dikendalikan oleh

seorang program director yang dibantu oleh PA-Lead *Indonesia Morning Show*.

Staf produksi *Indonesia Morning Show* bertugas menyiapkan materi yang telah di *bugeting* bersama produser, dan mengarahkan kru yang bertugas di studio untuk mengeset *floor* sesuai hasil *bugeting*. Kemudian staf produksi *Indonesia Morning Show* juga memberikan *breafing* terhadap FD masalah materi yang sudah di *bugrting*, dari materi setiap segmen, durasi, *angel* camera, posisi host, dan narasumber yang ada pada hari itu.

Di dalam studio yang utama adalah seorang *presenter/newsanchor* yang membawakan paket program berita *Indonesia Morning Show*, biasanya di dalam satu kali *live* terdapat tiga *presenter/newsanchor* untuk membawakan dengan baik program *Indonesia Morning Show* dibawah komando PD di MCR melalui *hi-bird* yang dipasangkan di telinga *presenter/newsanchor*. Dalam *Indonesia Morning Show* peran kru yang berada di *master control room* sangat vital, karena MCR bertanggung jawab saat *live* terkait dengan permasalahan durasi acara, *commercia break* dan mengepalai FD yang ada di studio. Kunci dari semua kordinasi dalam pengarahan program yang dilakukan seorang

PD Melalui alat komunikasi bernama “intercom”.

Teori Hirarki Pengaruh dalam Proses Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET.TV

Penelitian ini akan menghubungkan teori Hirarki di tinjau dari level rutinitas media dengan proses produksi program berita *Indonesia Morning Show* di NET.TV. Dari hasil pengamatan selama hampir 2 bulan, didapatkan kolerasi dari teori hirarki pengaruh yang di tinjau dari level Rutinitas Media.

1. Audiens (consumers)

Dalam program *Indonesia Morning show* audiens adalah faktor terpenting, karena semua tujuan suatu program televisi adalah untuk mendapatkan *share & rating*. Karena itulah *Indonesia Morning Show* sangat memperhatikan audiensnya dalam pemilihan berita yang melihat dari nilai berita yang akan diberitakan sehingga target yang diinginkan manajerial dari *Indonesia Morning Show* adalah audiens kelas A dan B yang menjadi target utamanya.

Setiap harinya staf produksi melakukan *budgeting* untuk menentukan berita apa saja yang akan dibahas. Misalnya dalam isu Kalijodo, produser menimbang nimbang apakah isue ini layak untuk ditayangkan di hari itu dengan melihat dari sisi audiens, perlu atau tidak masyarakat mendapatkan informasi mengenai kalijodo pada pagi hari. Jika dirasa layak untuk di tayangkan maka *PA-Editing* mulai melakukan pengumpulan gambar, akan tetapi dengan ketentuan tidak boleh

menampilkan pelaku prostitusi, anak dibawah umur, dan hal yang berbau kekerasan di dalam penayangan berita kalijodo. Akan tetapi Produser dan team redaksi tidak selamanya mengikuti kemauan audiens dalam pemberitannya, tetapi tetap diharuskan untuk selalu membuat pemberitaan yang objektif, faktual dan terpercaya.

2. Organisasi Media (Proccesing)

Unsur selanjutnya yang membentuk level rutinitas media adalah organisasi media atau pengolah pemberitaan (*Proccesing*) unsur yang paling berpengaruh pada organisasi media adalah editor media atau yang biasa disebut “*gatekeeper*”. Dalam media NET. *gatekeeper* dipegang oleh Febri Arifmawan (Senior Produser), Vensensia (Senior Produser), Albert & Helyanto (Junior Produser), Ginanjar (Tim Redaksi), Widi Kristianto (*PA-Editing*), Lalan (Kordinator Liputan) mereka semua lah yang bertanggung jawab kepada pemberitaan *Indonesia Morning Show* setiap harinnya.

Kemudian *gatekeeper* melakukan rapat redaksi untuk menentukan mana berita yang layak terbit kemudian menugaskan korlip untuk mengepalai reporter untuk meliput berita yang telah di tentukan di meja redaksi. Setelah team liputan mendapatkan materi berita seperti gambar, naskah dan data yang akurat kemudian akan diserahkan kepada kordinator liputan yang akan dilanjuti proses *ingest* ke *library*. Kemudian senior produser akan memilih kembali mana berita yang layak untuk di

tayangkan. Karena kebijakan dari *gatekeeper* lah yang menentukan rutinitas sebuah media dalam menentukan pemberitaan.

3. Sumber Berita

Dalam produksi berita *Indonesia Morning Show* sumber berita tidak terlalu signifikan mempengaruhi konten. Contohnya pada bulan february 2016, satu minggu di awal february *Indonesia Morning show* mengagendakan pemberita tentang *ecommerce*, kemudian datang perusahaan portal *online* yakni OLX.co.id berkerjasama dengan *Indonesia Morning Show*. Simbiosis mutualisme seperti ini yang dimaksud dalam unsur sumber berita hirarki pengaruh yang penulis pahami dan dapatkan selama proses magang.

Dalam teori ini menjelaskan bahwasannya pengaruh yang diberikan oleh media terhadap penonton dan audiens tidak langsung dirasakan. Tidak hanya audiens selaku penikmat media tetapi orang yang bekerja di media pun kerap terkena efek dari media itu sendiri. Misalnya rutinitas yang di lakukan seluruh tim, karyawan dan yang terkait dalam NET.TV terutama dalam *Indonesia Morning Show* memberikan pengaruh secara alami, karena bersifat keseharian dan terkesan tidak memaksa pekerja di lingkungan media. Karena secara tidak disadari semua keseharian dan kegiatan yang di kerjakan karyawan NET. dipengaruhi oleh para *gatekeeper* untuk membuat media yang di kelolannya sesuai apa ideologi yang dibuat CEO Whisnutama dan Agung Laksono pemilik NETMEDIATAMA.

Dari penelitian yang di lakukan, penulis mendapatkan kolerasi dari apa yang di kemukakan Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam Teori Hirarki Pengaruh yang di tinjau dari Level Rutinitas Media dengan Analisis produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET.TV.

Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET.TV

Dalam proses produksi program *Indonesia Morning Show* melalui beberapa tahap, yang pertama proses pra-produksi. Dalam pra-produksi, pertama tama produser membuat *bugeting* materi yang akan dibahas saat tayang. Produser *Indonesia morning Show* mengedit naskah berita menggunakan rumusan S-P-O-K, dengan alasan jika pagi hari berita yang ditayangkan kepada masyarakat terlalu berat dan membuat masyarakat harus berfikir berat, maka sulit untuk berita itu ditangkap dan diterima masyarakat. Unsur 5W+1H memang tidak begitu terasa di naskah, namun yang peneliti dapatkan unsur itu terdapat di gambar atau video yang di dapat VJ atau Camperss. Disini lah keunggulan berita dari *Indonesia Morning Show*, menjelaskan berita dengan gambar yang dominan di bandingkan dengan narasi.

Program berita *Indonesia Morning Show* dipengaruhi oleh faktor *gatekeeper* dalam setiap pemilihan materi berita, *angel* yang harus didapat *cameraman*, dan penulisan naskah yang di tulis reporter dan di edit oleh produser. Dari penelitian yang di lakukan, penulis mendapatkan kolerasi dari apa yang di kemukakan Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam Teori Hirarki Pengaruh yang

di tinjau dari Level Rutinitas Media dengan Analisis produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET.TV.

Kendala dan Pendukung Dalam Proses Produksi *Indonesia Morning Show*

Secara umum, kendala dalam proses produksi berita dalam program *Indonesia Morning Show* terbagi ke dalam dua hal, yaitu teknis dan non teknis. Dari segi teknis biasanya meliputi kerusakan-kerusakan alat-alat pendukung yang digunakan untuk meliput sampai menyiarkan sebuah berita. Sedangkan dari segi non teknis, biasanya kendalanya seputar masalah komunikasi dan koordinasi. Karena sebuah produksi berita adalah tugas antar kru dan tugas satu tim, maka komunikasi antar kru menjadi sangat penting.

Dalam produksi berita *Indonesia Morning Show* sendiri, secara umum pendukung juga terbagi ke dalam dua hal. Pertama segi teknis, ini juga berkaitan dengan fasilitas alat-alat yang biasanya menjadi pendukung bagi kelancaran proses produksi berita. Kedua dari segi non teknis. Hal ini berkaitan dengan komunikasi antar kru. Komunikasi yang baik merupakan satu kekuatan bagi kerja sama tim seperti dalam tim produksi berita *Indonesia Morning Show*. Komunikasi yang terjalin dengan baik, serta koordinasi yang dilakukan secara baik akan menghasilkan produksi berita yang baik pula.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Dalam pelaksanaan produksi program *Indonesia Morning Show* di

NET.TV melalui tiga tahap utama yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi yang dimana dalam tahapannya memiliki proses yang berbeda. Kemudian ditinjau dari teori hirarki pengaruh yang berfokus pada level media rutin, dimana dalam pengemasan berita untuk ditayangkan dalam program berita *Indonesia Morning Show* bahwasannya tim manajerial memilih berita mana yang akan naik dilihat dari unsur audiens sebagai target utamanya. Selanjutnya Analisis yang didapatkan dalam proses produksi program berita *Indonesia Morning Show* sesuai dengan apa yang dikatakan Fred Wibow dimana melalui 3 tahapan produksi, yakni: Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi. Kemudian dalam pengemasan beritanya, *Indonesia morning Show* merubah format naskah yang biasanya adalah 5W+1H menjadi S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah untuk diterima oleh audiens di pagi hari.

Proses penyusunan artikel ini nampaknya jauh dari kata sempurna yang oleh karena terbuka peluang untuk diadakan penelitian lanjutan. Tetapi kekuatan dalam penmelitian ini dan memberikan nilai spesifik terhadap kajian produksi berita di masyarakat adalah penggunaan Penelitian *content analysis* yang mengkaji baik secara kuantitatif maupun kualitatif nampaknya bisa digunakan untuk mengkaji agenda media. Penelitian yang bersifat framing untuk mengkaji mengenai pembingkaiian informasi yang disampaikan dalam acara ini nampaknya menjadi sesuatu yang menarik juga untuk dilakukan. Dalam Penelitian selanjutnya penggunaan resepsi

audien terhadap hasil produksi berita perlu dikembangkan karena audien tidaklah pasif dan hanya menerima saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi, Cet Ke-3*. Jakarta: Kencana.
- D. Reese, Stephen. 1991. *Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective*. Beverly Hills: Sage.
- Dimas, Cornel, and Josep J Darmawan. 2012. "Audiens Dan Program Acara Sepakbola Di TV Publik." *Digital Times*, 2–12. http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2012071302010531749001.
- J Shoemaker, Pamela dan D. Reese Stephen. 1996. *Mediating The Message*. New York. Logman Publisher.
- Massie, Ruth Debora. 2013. "Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif Di Kantor Rri Manado." *Acta Diurna* 2 (1).
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Muhtadi, Asep S dan Handjani, Sri. 2003. *Dakwah Kontemporer: Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*. Bandung: Pusda Press.
- Nusa, Lukman. 2010. "Halaman Muka Majalah Tempo (Studi Analisis Isi Perbedaan Halaman Muka Representasi Tajuk Utama Majalah Tempo Edisi Tahun 1993/1994 Dengan Tahun 2009/2010)." *Profetik: Jurnal Komunikasi* Volume 09, No 01.
- Raharjo, Sumantri R. 2015. *Media Relations Di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Jogja TV)*. Yogyakarta: Profetik Jurnal Komunikasi Vol 8 No 2.
- Robin, Patricia. 2014. "Analisis Produksi Program Fashion 'Ilook' Di Net Tv." *Jurnal Visi Komunikasi* 13 (01): 121–36.
- Uchajana Efendy, Onong. 1993. *Televisi Siaran: Teori & Praktik*. Bandung: Mandar Maju.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Berita*. Yogyakarta: Pinus.